



YENİ MEDYA SANATINA ELEŞTİREL BİR BAKIŞ

A Critical Look At New Media Art

Öğr. Üyesi Ferrah Nur DÜNDAR

Kırklareli Üniversitesi, Lüleburgaz MYO, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, ferrahnurdandar@klu.edu.tr,
Kırklareli/Lüleburgaz

ORCID ID: 0000-0003-0670-3586



ÖZET

Rekabetçi pazar koşullarının hakim olduğu günümüzde bilişim teknolojileri ile yeni enformasyon biçimlerinin doğmasına sebep olmuştur. Markalar rakipleri arasından farklılaşmak ve onların önüne geçebilmek için reklamı ve medyayı etkin bir araç olarak kullanmaları sanat dünyasının da değişimine yol açmıştır. Bu değişim geleneksel medyanın sunduğu olanakların dışında küresel etkileşim ve ağ kültürü ile çağdaş sanat pratiğinin de değişimine sebep olmuştur. Modern sonrası süreçte sanatsal yaratıcılık sadece sanat ürünlerinin yaratılmasına değil aynı zamanda sanat ve ürünlerinin pazarlanmasında etkili olabilmektedir.

Teknolojiye dayalı kitle kültürü ve tüketim arasındaki ilişki gündelik hayatta önemli yer tutmuştur. Aynı şekilde sanat kitle iletişim araçlarının ve tüketim kültürünün gelişmesi çağdaş sanat için önemli olmuş sanat ile tüketimin arasındaki ayırım bulanıklaşmıştır.

Çalışmada medya ve reklamın sunduğu olanakların sanatın içinde nasıl harmanlandığı, medya sanatının sanat anlayışı farklı boyutlarla ele alınmıştır. Bu ilişkiyi somutlaştırmak ve veriler ile destekleyebilmek için bütünsel bir yöntem tercih edilmiştir. Bu bağlamda örneklere de yer verilmiştir. Reklam ve sanat ilişkisinin çerçevesinin çizilebilmesi için; medya sanatı ve çağdaş sanatın eleştirisi yapılırken reklam, sanat, medya sanatı ilişkisi üzerinde durmak gerekli olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Çağdaş sanat, sanat, medya sanatı, iletişim, reklamcılık.

ABSTRACT

In today's competitive market conditions, information technologies have led to the emergence of new information forms. The use of advertising and media as an effective tool in order to differentiate among their competitors and to get ahead of them has also led to a change in the art world. Apart from the possibilities offered by traditional media, this change has also caused a change in contemporary art practice with global interaction and network culture. In the post-modern period, artistic creativity can be effective not only in the creation of art products, but also in the marketing of art and its products.

The relationship between technology-based mass culture and consumption has an important place in daily life. Likewise, the development of art mass media and consumption culture has been important for contemporary art, and the distinction between art and consumption has been blurred.

In the study, how the possibilities offered by the media and advertising are blended in art, the understanding of art of media art is discussed in different dimensions. An integrated method was preferred in order to embody this relationship and to support it with data. In this context, examples are also given. In order to draw the framework of the relationship between advertising and art; While criticizing media art and contemporary art, it was necessary to dwell on the relationship between advertising, art and media art.

Keywords: Contemporary art, art, media art, communication, advertising.

1. GİRİŞ

Medyanın sonuna 'sanat' sözcüğü eklendiğinde yeni bir sanattan değil sanat ortamından sözedilebilir. Yeni medya sanatının, yeni teknolojilerle medya sanatlarının birleşimi olduğu tanımından yola çıkılarak, yeni medya sanatının çeşitliliğini yansıttığı düşünülen; İnternet Sanatı, BioArt ve Etkileşimli Enstelasyondur. Bu üç alanın dışında Jeneratif Sanat, Algoritmik Sanat, Veri Görselleştirmesi, Robotik Sanat, Fraktal Sanat, Dijital Şiir, Sound Art, Sibernetik Performans ve Haktivizm da yeni medya sanatı kapsamına girmektedir. Ayrıca, tüketici sanatları başlığı altında değerlendirilen animasyon, çizgi roman ve bilgisayar oyunlarının örnekleri de yeni medya sanatı kapsamında sayılabilmektedir.

Günümüz medya sanatı internet ile birlikte "etkileşim" "katılım" "ağ" gibi dijital kültüre ait olan deneyimlerle karşılaşmıştır. Yeni medya sanatında sanatsal ve toplumsal pratikleri yansıtan araçlar teknoloji ve teoriler olmuştur. Bu araçlar ise medyalılararasılık ve çoklu ortamlar bu uygulamaları içermektedir.

Fluxus ve Happening gibi multimedya performansları ilk yeni medya sanat deneyleri olarak ortaya çıkmıştır. 50'li yıllara kadar kinetik ve ışık sanatının farklı biçimleri, Thomas Wilfred'in "Lumia" ve "Clavilu" ışık

organları ve Jean Tinguely'nin kendine zarar veren heykeli "Homage to New York" bilgisayar grafiklerinin, yayılan web ve internet ile birleşmesi, Lynn Hershman Leeson, David Rokeby, Perry Hoberman, Benjamin Francis Laposky, Herbert W. Franke tarafından yeni ve çeşitli interaktif sanatları, yeni medya sanatının örnekleri olarak gösterilebilir. (Tuğal, 2018)

90'lı yıllarda internet ve sonrasında gelişen mobil teknolojiler ile yeni iletişim teknolojileri ortaya çıkmıştır. Yeni medyanın en büyük özelliği, bilgisayar teknolojileri ile zamandan ve mekândan bağımsız olarak kullanıcıların etkileşimde bulunmalarıdır. Manovich, yeni medya prensiplerini "sayısal temsil, modülerlik, otomasyon, değişkenlik ve kültürel kod çevrimi (Manovich, 2001:20)" şeklinde ifade etmektedir. Bu yeni form; hareketli görüntüler, sesler, biçimler, medyagrafikleri ve metinlerden oluşan sanal medya ortamıdır. Yeni medya sanatı hypertext, veritabanı ve bilgisayar ağları gibi teorilere dayanmaktadır.

2. YENİ MEDYA SANATI ELEŞTİRİLERİ

Yirminci yüzyılın ikinci yarısından sonra nesneye bağımlı sanat anlayışı yıkılmıştır. Yerine üretim ve tüketim üzerine yapılan, göstergeler peşinde sanal dünyalar oluşturulmuştur. Nesneye karşı odaklanmak ve nesnenin kendi yapısından kopararak imgesiyle yaşamak ve hatta daha ileri bir aşamada simulakr nesnelere üretmek, yeni bir gösteri toplumunun varlığını hissettiren; sanatta da biçim ile içerik arasındaki gerçekliği birbirinden ayırmıştır (Witham, Pooke, 2018).

Yeni medya sanatı nesnesiz sanat anlayışına dayanmaktadır. Bu ortamda imaj üretiminin olması, sanat üretiminin değişebilir olması, çoğaltılıyor olması ile katılımcılarla etkileşim içinde olması söz konusudur. Özellikle medya kuramcılarında Manovich bilgisayarların sadece hesaplama biçimlerini içermesinin yanı sıra eski iletişim ortamlarından aldığı karmaşık kültürel biçimlerini ve işaret sistemlerini de içeren kapsamlı bir makine olduğunu savunur (Manovich, 2001). Medya sanatının modern toplumun kültürel üretim ve tüketim dinamiklerini biçimlendirdiğini yaşamı şekillendirdiğini, sanatçıların da ürettikleri sanat ile de toplumu ve kültürü değiştirdiğini vurgular (Manovich, 2002).

Donald Kuspit "Sanatın Sonu" adlı kitabında, teknolojiye yönelen sanatın bilinçdışına yönelen savaşın öncü kuvveti olduğunu savunur. Ona göre "Postsanat" ise kendine bir temel bir anlam bulabilmek için ideolojiye ve kurama yönelirken bilinçdışına da saldırır ve onu ideolojiye, daha doğrusu, burjuva toplumunun bir olgusuna indirir. Hayaller sıradanlaştırılır, duygular küçümsenir –öznel bir bütün olarak aşağılanır. Postsanatın ideolojik bakış açısına göre, "Sanatı güdüleyen şey, öznellik değil, toplumdur." Sanat tamamen teknolojiye dayanır, onu az da olsa dönüştürür- tabi eğer buna dönüştürmek denirse – teknoloji üzerinde sanatsal açıdan yeniden çalışılmasının hiçbir estetik etkisi yoktur." (Kuspit,2006:103-104)

Çağdaş sanatın yeni medya ortamlarının kullanması sanat teorileri ile toplumsal pratiklerini de biraraya getirmiştir. Malzeme dili farklılaşmış, söylemler ve yeni medya uygulamaları gibi kendine özgü bir dil haline gelmiştir. Özellikle büyük sanat organizasyonlarında bile seçkileri belirleyen faktör olmuştur. (Şahiner, 2015:114) Yeni medya uygulamaları ile modernizmin malzeme tabanlı yaklaşımının dışına çıkmış, sanatta söylemin önemi artmıştır.

Teknolojiye dayalı sanat üretimlerindeki, sanatsal formlar, görme biçimleri ve yorumlama kültürü de değişime uğramıştır. Bourrieraud, yeni medya sanatında sanat ürünü form algısı ve ütopyik gerçekliği taşımasının dışında belirli yaşam tarzlarını ve eylem biçimlerini içerdiğini ve dünyayı daha iyi yaşamaya yönelttiğini savunur. Baudrillard da tüketimin her zaman semboller ve göstergelerin tüketimi olduğu var olan yeni medya sanatının da bir anlam dizisi olmadığını, anlamın göstergeler ve semboller tarafından oluşturulduğunu savunur. (Baudrillard, 1997: 53).

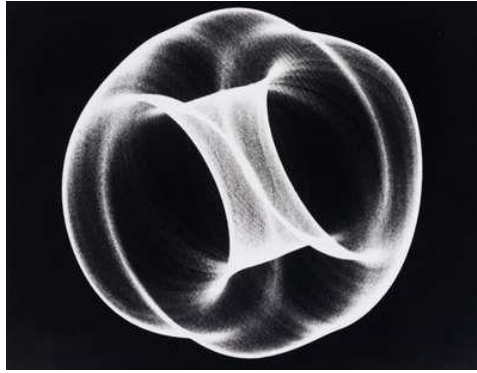
Danto, medya sanatı içinde sanat ortamının muhalif çizgisinin giderek kaybettiği ve küreselleşmenin etkisiyle de sanat pazarının profesyoneller tarafından yönetildiğinden söz eder. Yapılan etkinliklerle sanatta gerek söylem gerek teorileriyle muhalif olmanın dışında, "ses getirmesi" hedeflenmektedir. Teknolojinin olanakları ile sanatçılara kendi üretim, sunum, sergileme ve iletişim özgürlüğünü sağlamaktadır. "Sanat alanında ortaya çıkan yaklaşımlar, ne kadar alternatif, eleştirel ve karşıt hareket biçiminde olursa olsun "muhalefetin kurumsallaşması sürecinde "alternatif" olan da kendi mekanlarını, kendi ekonomisini, kendi tüccarlarını yaratarak, sisteme eklemektedir" (Nairne, 2009). Artun'a göre: Bienaller ulus aşırı, kentlerarası bir ağ oluşturan, örgütsel üretimlerini, hizmetlerini ve yönetimlerini bir takım yerel kuruluşlara ihale etmişler ve sanatın ihale edildiği metropollerarası bir ağ oluşturmuşlardır. Bienaller sayesinde küratörler de bütün dünyada bir avuç sanat seçkininden oluşan kültür endüstrisini yöneten ve yönlendiren en güçlü sanat organizatörleri olmuşlardır (Artun, 2015:127-30).

Küreselleşme ile markalar rakipleri arasından farklılaşmak ve onların önüne geçebilmek için sanat dünyasına yaslanarak reklamı ve medyayı oluşturma yoluna gitmişlerdir. Küresel şirketler sanat üzerinden reklam ve pazarlama teknikleriyle kurumsal kimliklerini yansıtmışlar sanat ve kültür alanı çok uluslu şirketlerin desteğini alarak sergiler düzenlemiştir.

Baudrillard'a göre dijital çağda sanat, simülasyondur. Baudrillard, postmodern toplumlarda gerçeğin yok olduğunu ve gerçekliğin yerini hiper-gerçekliğin aldığını savunur. “Çağımızdaki temel hastalığın adı: gerçeğin üretimi ve yeniden üretimi denilen şeydir” (Baudrillard, 2003: 37). “Göstergeler her zaman ele geçirme ve savma, uzaklaştırma işlevine sahiptir. Göstergelere sığınarak gerçeğin gözardı edilmesi, sanatın gerçeklerin yerine imgelerin peşinde gitmesine sebep olmaktadır”

Sanatsal üretimde performans enstelasyon video gibi bir çok sanat formu giderek farklılaşıp çeşitlenmiştir. Bu bağlamda müzelerde galeride yer almasına rağmen çağdaş sanat pazarının el değiştirmesi çok daha kolay olan çalışmalara yönelmesine sebep olmuştur. Örneğin Warhol çalışmalarında anonim biçimler ve imgeleri kullanmıştır. Çalışmalarını da teknisyenler tarafından gerçekleştirmiştir. Warhol görüntülerin ardındaki derinlikten ziyade canlı renklerle oluşturduğu çalışmalarını “resimlerin ardında hiçbir şey yok sadece yüzeye bakın” söylemiyle savunmuştur. (Şahiner, 2015:154)

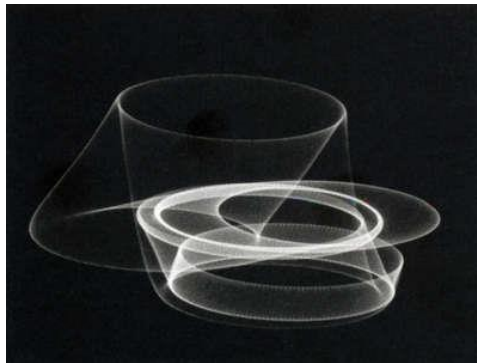
3. YENİ MEDYA SANATI ÖRNEKLERİ



Resim 1: B. F. Laposky, Osilasyon 40, 1952

Kaynak 1: <http://dada.compart-bremen.de/item/artwork/533>

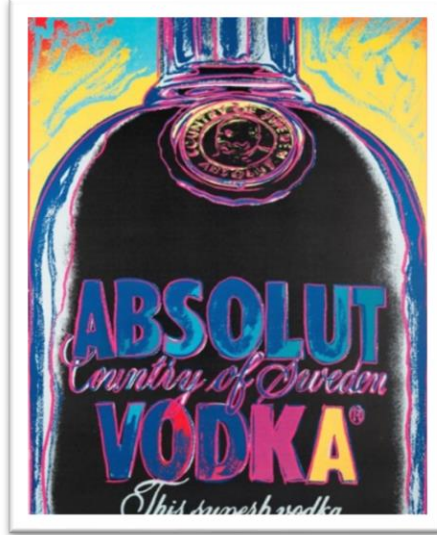
Benjamin Francis Laposky'nin “Osilasyon 40” adlı çalışmasında elektronik dalgalarla osiloskop ekranına düşen görüntülerle oluşturulmuştur.



Resim 2: Herbert W. Franke, Elektronik Grafik, 1962

Kaynak 2: <http://dada.compart-bremen.de/item/artwork/1028>

Herbert W. Franke,'nin çalışmasında katot ışınları osiloskopu enstrüman olarak görev yapmıştır. Birçok elektronik grafik formüllerle tanımlanabildiği gibi, bilişsel süreçleri sayısal olarak yakalamak için geleneksel sanat eserlerinden daha farklı önkoşullar sunmuştur.



Resim 3: Andy Warhol, Absolut Vodka, 1985

Kaynak 3: <https://whitney.org/collection/works/12785>

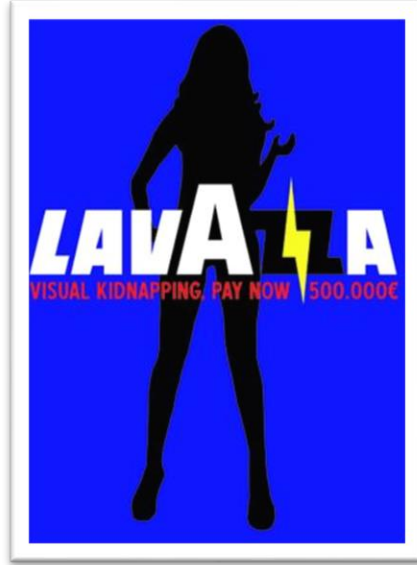
Absolut Vodka sponsorluğunda Oxford Modern Sanat Müzesinde Absolut sergisi düzenlenmiştir. Serginin halkla ilişkiler ağının da etkisiyle Absolut markası sergi ile reklamını yapmıştır. Marka şişesinin resmi de sergide sanat eseri olarak sergilenmiştir. Absolut'un küresel bir marka ticari hedefini deneysel sanat ile özdeşleştirmiştir. Marka 40'a yakın sanatçıya sipariş verilerek Absolut ilanları ile yapılan sanatsal üretimlerle, pazarlama ve reklamcılığın varoluş amacıyla birleştirilmiş, kurumsal kimliklerini güçlendirmişlerdir.



Resim 4: Kim Heechon, Video, Halter Kaldırmak, 2015

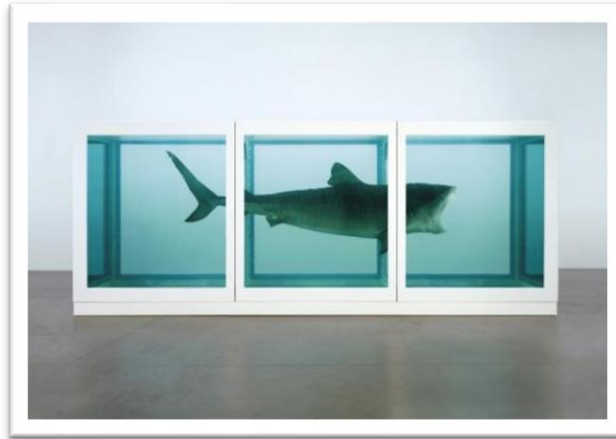
Kaynak 4: <https://digitalage.com.tr/15-istanbul-bienalinden-yeni-medya-sanati-ornekleri/>

15. İstanbul Bienali'nde Kim Heechon'un yer alan çalışması Halter Kaldırmak videosunda Kore'nin Seul şehrindeki Kore'de kışın ortasında bir anlatıcı, mevsimin yaz olduğu Arjantin'deki kız arkadaşına İspanyolca bir dizi kişisel mektup okumaktadır ve videoda incelenen ölüm ve yaşam, gerçek ve yapay yaşam karşıtlıkları yansıtılmaktadır. Teknolojinin getirdiği medya araçları ile zaman ve mekan yapıları aşılmış uzaktaki küresel bir olay yerel deneyimlerin içine girmiştir. Küresellikteki "Yersizyurtsuzluk" kavramı ile bireyin düşüncesinin köksüzlüğü, kökensiz olma halini, vatansız olma halini küresele ait olma durumu medyayı araç olarak kullanan çağdaş sanatın da sorunsal haline gelmiştir. (Tomlinson, 2013)



Resim 5: Zevs, Lavazza Posteri, 2002
Kaynak 5: <https://tr.abcdef.wiki/wiki/Zevs>.

Fransız grafiti sanatçısı Zevs, 2002'de Berlin'deki Lavazza markasının posterinin kadın modelini kesmiş, posterdeki kesimin üzerinde : "Görsel Kaçırma - Şimdi Öde!" yazmıştır. Medyanın etkisi üzerine tepki gösteren sanatçı sansasyon yaratan çalışmasında, hem kitle iletişimi ve tüketimin ortam ve kurallarını kullanılmış hem de bu yerleşik rolleri de reddetmiştir.



Resim 6: The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living, 1991
Kaynak 6: www.soylentidergi.com/kimine-gore-sanat-kimine-gore-cinayet-damien-hirstun-eserleri/

Hirst, "The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living" isimli çalışması ile 4,3 metrelik bir köpek balığının formaldehit içerisinde sergilenmesinden 8 milyon dolara alıcı bulmuştur.

Hirst'ün kullandığı ölü hayvan bedenlerinin daha uzun süre dayanması ve bozulmadan sergilenmesi için teknoloji ve kimya aracılığıyla yeni teknikler geliştirerek üretimlerini küresel sanat ortamlarında sergilemiştir. Bu nedenle hayvan bedenlerini çürümeyi önleyici kimyasal bir bileşen olan ve formaldehit denilen çözeltiliye yatırmakta ve korumaya almaktadır. Bu bileşen ile doldurulan cam hazneler içinde korumaya alınan hayvan uzuv ve bedenlerinin yer aldığı sergiler, hem hayvan hakları savunucuları tarafından protesto edilirken bir yandan da büyük koleksiyoncularının desteğini almıştır. Damien Hirst'ü destekleyen kişinin ünlü müzayede evi sahibi Charles Saatch olmasi ve "Friends of the Earth" sponsorluğunda yaptığı çalışmalarla sanatçı kendisini de reklam malzemesine dönüştürmüştür. Böylece sanat, dev bütçeli organizasyonlarla ve sponsorlar aracılığıyla gerçekleştirilmiş, çağdaş sanat pazar arayan markalar açısından bir araç haline gelmiştir.

4. SONUÇ

Modern hayatta ürün bir tüketim nesnesi şeklinde ele alınırken postmodern çağda tüketim olayının kendisi de bir üretim sayılmaya başlanmıştır. Bu üretim-tüketim ilişkisinin sanatsal yansımalarında Boudrillard'ın dediği

gibi sanat nesnelere bir tür meta gösterge haline gelmiş, küresel değişim değerleriyle ön planda çıkmıştır. Böylece sanat reklam ve bilgi işlemsel bir hedonizme hizmet etmeye başlamıştır.

Küresel şirketler sanat üzerinden reklam ve pazarlama teknikleriyle belli oranda kurumsal kimliğini yansıtmaya yoluna gitmiş, büyük ölçüde devlet ve şirketler tarafından yönlendirilen yüksek maliyetli sergilerle birlikte sanatın giderek araçsallaşmasına sebep olmuş, gösteri olarak sunulmasına neden olmuş, bu değişimi de bilimsel ve teknolojik gelişmelerin oluşturduğuna ilişkin bir eğilim oluşmuştur.

Sanat deneyim alanı olan teknolojiden yararlanmalıdır ancak sanatsal yeni olanla teknolojik yeni olan üretimin eşleşmesi doğru değildir. Sanatın yeniliği, teknolojinin yeniliği ile özdeşleştirilmemeli, sanatın bağlamına ve içeriğine bağlı olmalıdır.

Sanat dünyasının her ne kadar medya sanatı dahilinde birbirine paralel gelişen çok sayıda disiplin sanatla birleşmesi sanat dünyasını oluştursa da bu durum sanat pazarının değiş-tokuş edilmesi çok daha kolay olan çalışmalara yönelmesine sebep olmuştur.

Tasarım sanatsal uygulamalara ait yaratıcı nitelikte kavramsallaştırma süreci olarak kabul görmüş sanat ile tasarım içiçe geçmiştir. Özellikle kültürel ürünlerin tasarımı küresel ekonominin argümanlarıyla kontrol edilmekte, bu yönde oluşan sanatsal pratiklerde tasarım stratejileri belirlenmektedir.

Çağdaş sanatın bilgisayar ve iletişim ağları, kullanıcıyı yeni formlarla güçlü kılmakta, medyayı kontrol etmesine, çıkarları doğrultusunda kodlar üretmesine sebep olmakta ve sanatçının muhalif olma özelliğinden uzaklaşmasına sebep olmaktadır.

Günümüzdeki küratörler tarafından bildirilen konuları ve görsel maceralarını şirket logolarıyla oluşturdukları bienaller ile sanatın sipariş üzerine gerçekleştirdiği-prenslik logolarıyla oluşturdukları- Rönesans dönemi ile benzerliği üzerinde durulması gereken bir konudur.

KAYNAKLAR

- Artun, A. (2015) Çağdaş Sanatın Örgütlenmesi Estetik Modernizmin Tasviyesi, İletişim Yayınları, İstanbul
- Baudrillard, J (1997) Tüketim Toplum, Ayrıntı Yayınları, İstanbul
- Baudrillard, J. (2003) Simulaklar ve Simulasyon,: Çeviren: Oğuz Adanır, Doğu Batı Yayınları, Ankara
- Greenberg, Bruce W. Ferguson, Sandy Nairne. Londra & New York: Routledge
- Kuspit, D. (2006) Sanatın Sonu, Metis Yayınları, İstanbul
- Manovich, L. (2001) The Language of New Media, MIT Press
- Manovich, L. (2002). Ten Key Text on Digital art:1970-2000 Leonardo, Vol. 35 No.5, Tenth Anniversary Digital salon, New York
- Nairne, S. (2009) The Institutionalisation of Dissent. Thinking About Exhibitions. Ed. Reesa
- Şahiner R. (2015) Çağdaş Sanatta Temsiliyet Krizi, Ütopya Yayınevi, İstanbul
- Tomlinson, J. (2013). Küreselleşme ve Kültür, Çev, Arzu Eker, Ayrıntı Yayınları, İstanbul
- Tuğal, S.B. (2018) Oluşum Süreci İçinde Dijital Sanat, Hayalperest Yayınevi, İstanbul
- Whitham G, Pooke G. (2018) Çağdaş Sanatı Anlamak, Çev,Tufan Göbekçin, Hayalperest Yayınevi, İstanbul

İnternet Kaynakları

- Resim 1: compart, <http://dada.compart-bremen.de/item/artwork/533> (Erişim tarihi: 25.09.2021)
- Resim 2: compart, <http://dada.compart-bremen.de/item/artwork/1028> (Erişim tarihi: 25.08.2021)
- Resim 3: Whitney Museum of American Art, <https://whitney.org/collection/works/12785> (Erişim tarihi: 13.07.2021)
- Resim 4: digitalage, <https://digitalage.com.tr/15-istanbul-bienalinden-yeni-medya-sanati-ornekleri/> (Erişim tarihi: 25.07.2021)
- Resim 5: Wikipedia, <tr.abcdef.wiki/wiki/Zevs>. (Erişim tarihi: 13.10.2021)